

Vita record per Poste, Intesa e Ras

In testa rimane Sanpaolo. Arretrano Montepaschi, Fineco e Fideuram. In un mercato boom

Più 15%: il mercato italiano delle assicurazioni vita ha archiviato un 2003 superiore alle attese, raggiungendo una raccolta premi di 63,8 miliardi di euro, alimentata per oltre 49,6 miliardi di nuova produzione. Il primo consuntivo completo dell'ultimo esercizio realizzato da Iama consulting, società milanese di consulenza e ricerche di cui è responsabile Roberto Casanova, è quindi positivo per gli assicuratori, che hanno saputo conquistare la fiducia dei risparmiatori, mettendo a segno un tasso di crescita maggiore della media registrata sui mercati europei. Per fare qualche esempio, il mercato vita è cresciuto del 9% in Francia (dopo due anni negativi) e del 4% in Germania, mentre la Spagna ha accusato una flessione del 30%, dopo il boom del 2002 generato dalla vendita di prodotti pensionistici. Più della metà dell'intero giro d'affa-

ri 2003, per la precisione il 57%, è concentrata nelle mani dei primi dieci competitor del mercato (nel grafico in basso).

La top ten del settore contiene novità rispetto alla fotografia del 2002, provocate per lo più dalle operazioni di fusione di alcune società sotto un unico marchio. Il caso emblematico è quello di Intesa vita, joint venture tra l'omonimo gruppo bancario milanese e le Generali, di cui è amministratore delegato Erik Stattin. Come si vede, Intesa vita si piazza al quinto posto assoluto della graduatoria, avendo raccolto sotto il suo cappello Carivita e Assiba oltre al monte premi realizzato da Alleanza attraverso il canale bancario. Altra new

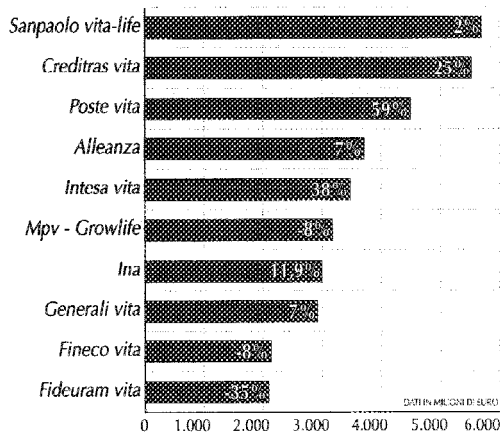
entry è quella della Fineco vita del gruppo Capitalia: figlia della fusione tra Cisalpina previdenza e Roma vita (operativa da gennaio 2004), l'impresa affidata a Biagio Massi si è collocata al nono posto.

Tra le novità del 2003 c'è anche il nuovo balzo avanti di Poste vita: l'azienda guidata da Giovanni Bennati ha scavalcato sia Montepaschi vita che Alleanza (ma quest'ultima ha conferito parte del suo portafoglio, appunto, a Intesa vita), confermandosi il più significativo fenomeno del mercato nazionale.

Stabili le posizioni di vertice: Sanpaolo vita resta il leader del settore, seguito a ruota da Creditras vita, bancassurance di Unicredito e Ras. E tengono le loro posizioni anche le Gene-

RACCOLTA PREMI 2003
+15%
63.800 MILIONI DI EURO

I MAGNIFICI DIECI

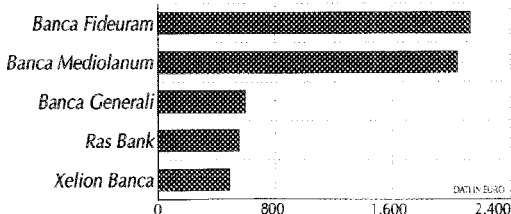


CHI VENDE LE POLIZZE

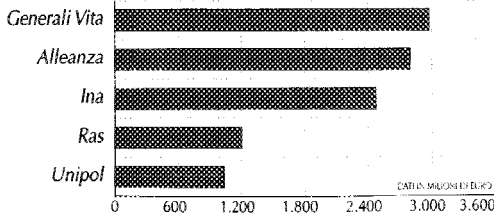
CANALE DISTRIBUTIVO	PIP	TIPOLOGIA DI PRODOTTO				TOTALE
		POLIZZE TRADIZIONALI	UNIT LINKED CLASSICHE	UNIT LINKED GARANTITE	INDEX LINKED	
Sportelli bancari	75	12.892	4.570	6.000	9.536	33.073
Uffici postali	no	3.218	no	no	1.594	4.812
Agenti assicurativi	130	4.990	260	360	750	6.490
Promotori finanziari	130	775	810	2.105	1.450	5.270
Totale mercato	335	21.875	5.640	8.465	13.330	49.645

In tabella, la fotografia della nuova produzione 2003 di polizze vita con l'indicazione del canale utilizzato dalla clientela e del tipo di prodotto. Dati in milioni di euro. Nel grafico a sinistra, la top ten degli assicuratori vita a fine 2003 con la crescita in % sul 2002. In basso, le compagnie con le reti di agenzie più produttive (a sinistra) e le reti di promotori che hanno venduto più polizze vita (a destra). Fonte Iama consulting. Nelle foto sotto, Biagio Massi, ad Fineco vita e, a destra, Erik Stattin, ad Intesa vita

DOVE HANNO SPINTO PIÙ GLI AGENTI...

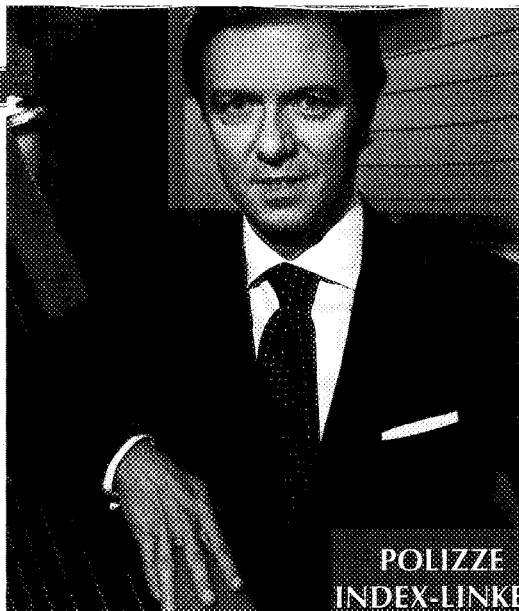


...E DOVE I PROMOTORI FINANZIARI



A fianco, Marco Mazzucchelli, amministratore delegato Sanpaolo vita.

A destra, Giovanni Bennati, ad di Poste vita (in alto) e Sandro Salvati, ceo di Alleanza (sotto)



rali vita guidate da Giuseppe Buoro e l'Ina diretta da Giuseppe Rosnati, rispettivamente ottava e settima. Precipita dal quinto al decimo gradino Fideuram vita: ed è l'ultima presenza in classifica dell'azienda condotta da Achille Perlino, che nel 2004 esce definitivamente di scena a seguito della ristrutturazione delle attività assicurative all'interno del gruppo Sanpaolo Imi.

Chi invece ha già lasciato la top ten del mercato, avendo ceduto il passo a Intesa vita e a Fineco vita, sono Bnl vita e Mediolanum vita. Le due compagnie si rifanno però nella classifica delle dieci reti più produttive dove figurano rispettivamente al settimo e decimo posto, scalzando Generali vita e Alleanza.

A proposito di nuova raccolta, questa è cresciuta complessivamente del 13% rispetto al 2002 ed è rappresentata per oltre il 90% da polizze a premio unico. Battuta d'arresto, invece, per le polizze a premio periodico: «Non è stato facile», sottolinea Iama, «convincere i clienti a impegnarsi in un investimento a più lungo termine». Ci sono, naturalmente, situazioni differenziate. Mentre il mercato registra una flessione di oltre il 16% nella nuova raccolta di polizze a premi annui (una tipologia di prodotti redditizia per le imprese), si muove contro corrente una grande azienda come l'Alleanza che resta leader nella raccolta di questa categoria di polizze.

Polizze tradizionali e index linked (agganciate a titoli e indici di Borsa): sono i prodotti più venduti nel 2003. In particolare le polizze classiche sono quelle che pesano maggiormente, in termini percentuali, sul portafoglio complessivo; mentre le index, grazie

soprattutto all'appeal della cedola annuale, sono riuscite a guadagnare le quote di mercato perse dalle unit linked (sono legate a fondi comuni di investimento), del tipo garantito. La ripresa dei mercati azionari ha invece ridato slancio alle unit linked classiche, di cui è leader di mercato Creditas vita seguita da Commercial union vita, Skandia vita, Mediolanum vita e Fideuram vita. Per quanto riguarda invece la nuova produzione di index, numero uno è Sanpaolo vita, seguito da Fineco vita, Poste vita, Mediolanum vita e Montepaschi vita. È ferma la vendita di piani pensionistici individuali (i cosiddetti Pip), come pure l'offerta di nuovi prodotti di questa categoria.

POLIZZE TRADIZIONALI

+23%

21.875
MILIONI DI EURO

Interessante andare anche a vedere quali sono i canali distributivi che più hanno lavorato nell'ultimo esercizio. Il quadro dipinto da Iama vede ancora una volta al primo posto gli sportelli bancari at-

traverso cui passa, in particolare, la gran parte della nuova produzione di index linked. Al secondo posto per ammontare di nuova raccolta c'è il canale degli agenti, che ha totalizzato una crescita del 26%, quindi quello dei promotori finanziari, che hanno chiuso il 2003 con una raccolta assicurativa pressoché pari a quella del

POLIZZE INDEX-LINKED

+24%

13.330
MILIONI DI EURO

2002. Ma l'exploit, in fatto di tasso di crescita, spetta agli uffici postali: questi hanno venduto 4.812 milioni di euro di nuove polizze, il 55% in più del 2002.

Uno sguardo in particolare alle cinque maggiori reti di agenti e promotori finanziari (nei due grafici). Nel primo caso comandano Generali vita (più 25% la nuova produzione degli agenti del Leone) e Alleanza (più 50%), seguite da Ina, Ras e Unipol. Nel secondo la vetta è di Banca Fideuram (la cui produzione vita è però calata del 35%), seguita da Banca Mediolanum (meno 24%). Alle spalle dei due big, Banca Generali, Rasbank (la raccolta vita ha segnato più 20%) e Xelion.

Infine la cosiddetta raccolta cross border, realizzata da compagnie che operano in libertà di prestazione in Italia battendo bandiera estera. Questa ha inciso per 2.300 milioni di euro sul totale del mercato, con una flessione del 36% rispetto al 2002. Secondo Iama nuove opportunità possono derivare dalla recente semplificazione del regime di tassazione (anche questi operatori diventano sostituti di imposta) che elimina gli attuali obblighi per il cliente in sede di dichiarazione dei redditi. D'altra parte nel corso del 2003 sono partite due nuove compagnie irlandesi di Mediolanum e Ras (Darta saving). E analoghe iniziative stanno per essere promosse da Azimut e Fineco. **Anna Di Martino**